

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Pada Umkm Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 22–30. <https://doi.org/10.38043/jids.v5i2.3167>
- Angelina, A. I., & Mashariono. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Promosi, Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(7), 1–18.
- Apriliani, D. U., Kartika, S. E., & Nadiya, A. A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Batrisyia Herbal. *Solusi*, 21(1), 470. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6287>
- Bachri, S., Putra, S. M., Farid, E. S., Darman, D., & Mayapada, A. G. (2023). The Digital Marketing To Influence Customer Satisfaction Mediated By Purchase Decision. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 578–592. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2023.021.03.03>
- Centauri, P., & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Konsumen Di Social Commerce Instagram Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 203–212.
- Dewi, D., & Jatmiko, J. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kepercayaan Konsumen terhadap Customer Retention melalui Kepuasan Konsumen pada Aplikasi Aggregator Pilih Kredit. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 996–1021. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.574>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumenposkopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684/585>
- Inkiriwang, M. V., Ogi, I. W. J., & Woran, D. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pinky Kitty Shop Tondano. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 587. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.42488>
- Julitawaty, W., Willy, F., & goh, T. S. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Bisnis Kolega*, 6(1), 43–56. <https://www.ejournal.pmcj.ac.id/index.php/jbk/article/view/47>
- Khairani, D. A. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepuasan, dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan pada Aplikasi Warung Pangan di PT Bhandha Ghara Rekha (PERSERO). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(1), 1–13.

- Liswandari, T. A., & Yulianto, A. E. (2023). Pengaruh Harga, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(4).
- Masruroh, S., Wahyono, D., Muhaimin, Katjina, H., & Judijanto, L. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2464–2471. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1728>
- Octavianita, R., & Darmawan, E. D. (2021). Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian Target Penjualan (Studi Kasus Pt. Setiawan Sedjati). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 130–139.
- Putra, M. D. A., Sulaeman, S., & Nasrullah, N. (2024). Analisis Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan dalam Menciptakan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Berbelanja di Market Place. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 4(1), 85–94. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v4i1.1224>
- Rahayu, R. A., & Ratnasari, K. (2023). Pengaruh Personal Selling Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Meeting Package Di the Acacia Hotel Jakarta. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 289–298. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.134>
- Riani, A. G., & Wulansari, N. (2024). Pengaruh Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Di Pemandian Lubuk Lukum Kota Padang. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(2).
- Safitri, R. B. (2020). Pengaruh Public Relations, Personal Selling dan Branding terhadap Kepuasan Konsumen Rokok Djarum 76 di PT. Djarum DSO, Sidoarjo. *Ekobis: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(3), 128–134. <https://doi.org/10.46821/ekobis.v1i3.162>
- Sakti, D. B., Widiartanto, & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 276–283. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Sartika, D., & Mulyana, S. (2022). Pengaruh Online Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan Makanan Minuman Khas Riau di Pekanbaru. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(4), 766–775.
- Sembhodo, A. T., Hermawati, A., Fatmawati, E., Junaedi, I. W. R., & Ali, S. (2022). Personal Selling and Digital Marketing As Crucial Factors in Maximizing Customer Satisfaction Through Perceived Value in the Usage of M-Banking Application. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(4), 809–819. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.04.05>
- Sisvanka, A., & Aziz, F. (2021). Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan

- Konsumen Carne Smoked BBQ Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 203–212.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sunarko, R. D., & Nursalin, K. K. (2023). Pengaruh Digital Marketing & Customer Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Chacha Mango Cimahi. *Management and Entrepreneurship Journal*, VI(2), 33–44.
- Supriadi, & Purba, T. (2021). Pengaruh Personal Selling Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Color Center Batam. *Scientia Journal*, 4(4).
- Syahfitri, D. W., & Fikri, M. H. (2024). Pengaruh Perceived Value dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen pada Marketplace Shopee (Studi Kasus di Desa Suka Makmur Dusun II Kecamatan Delitua). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(1), 863. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i1.5052>
- Wicaksana, I. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Usia Muda (The Effect Of Digital Marketing And Product Quality On Loyalty Through Satisfaction Of Young Customer). *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 18(01), 1. <http://ejournal.stieipwija.ac.id/index.php/jmkDOI:http://dx.doi.org/10.33370/jmk.v17i2.507>
- Widari, N. P. A., Suartina, W., & Pratiwi, K. A. (2021). Pengaruh Brand Perceived Value dan Brand Experience Terhadap Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(3), 998–1006. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JIMM/article/view/6095>
- Winata, A., & Priyowidodo, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Media Sosial (Website) Terhadap Keputusan Pembelian PT. Duta Modernpack Jaya. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 79–83.
- Zulhijjah, M. M. Al, & Muhammad, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Digital Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Utama Banjarmasin. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 99–106.